

Ondernemingsplan



Thermen Duinhoeck

Sauna, Beauty & Healthcenter te Hellevoetsluis



1. Introductie	3
2. Missie	3
2.1 Klanten	3
2.2 Investeerders	3
2.3 Personeel	3
2.4 De naam	3
3. Bedrijfsprofiel	4
4. Aan te bieden faciliteiten (zie ook hoofdstuk12)	6
5. Doelgroep/Klanten	8
6. Locatie	10
LOCATIE	11
7. Concurrentie	13
8 Marketing/klantenaanbod	15
8.1 Marketingonderzoek	15
8.2 Berekening klantenbezoeken	17
8.2.1 Eigen regio (=binnen bereik van 0 tot 20 min per auto):	17
8.2.2 Grote regio (=binnen bereik van 20 tot 40 min per auto):	17
8.2.3 Totaal aantal bezoekers:	18
9. Promotie	19
10. Risico's/Knelpunten	20
11. Personeel & Organisatie plan	22
11.1 Openingstijden	22
11.2 Organogram	22
11.3 Functieprofielen	22
11.4 Werving en selectie	23
11.5 Opleiding	23
11.6 Arbeidsvoorwaarden	23
12. Ontwerp	24
12.1 Bouwkundig Programma van Eisen	24
Parkweg	27
Voorzieningen camping	27
13. Planning	28
14.Vergunningen, ruimtelijke ordening en milieu	28
16. Toekomstvisie	28
16.1 Uitbreiding	28
16.2 Health	28

16.3 Overnachtingaccommodatie	29
17. Adviseurs en reviewers	29
18. Offertes	30
19. Literatuur & Links	31
20 Bijlagen	31
21 Risico evaluatie	32
21.0 Risico evaluatie	32
21.1 Update	32

1. Introductie

Hierbij treft u het ondernemersplan aan van het Thermen Duinhoek, Sauna, Beauty & Healthcenter. In de verschillende hoofdstukken van dit plan wordt een omschrijving gegeven van het bedrijf, de doelgroep, de haalbaarheid, de ondernemers en de uitgangspunten die zullen leiden tot een renderende onderneming.

2. Missie

2.1 Klanten

Thermen Duinhoek streeft naar het aanbieden van een mix van hoogwaardige wellness faciliteiten waar de klanten een gehele dag kunnen vertoeven. Persoonlijke service, rust, hygiëne en kwaliteit zijn de kernbegrippen in het beleid. Gezondheid en natuur komen als belangrijke thema's terug in alle onderdelen van het bedrijf. De prijs/kwaliteit verhouding zal marktconform zijn.

2.2 Investeerders

De onderneming wil vanaf het 3^e jaar van bedrijfsvoering een rendement realiseren van >10% op het eigen geïnvesteerd vermogen.

2.3 Personeel

Thermen Duinhoek wil een betrouwbare werkgever zijn waar de prestaties van het team en het individu worden gewaardeerd. De beloning is marktconform met voor het kernteam een resultaat afhankelijke bonus. Er heerst een open en heldere cultuur waarbij klantgerichtheid, samenwerking, zorg en welzijn kernbegrippen zijn.

2.4 De naam

De naam Thermen Duinhoek is een werknaam. Ter oriëntatie zal bij marketing activiteiten "te Hellevoetsluis" worden toegevoegd.



foto 1 sfeerimpressie behorend bij de naam

3. Bedrijfsprofiel

Het gaat om de realisatie van een middelgroot thermen/saunabedrijf met binnen en buitenvoorzieningen, met een kwaliteitsrestaurant gespecialiseerd, in pure en gezonde producten en een beauty/healthcenter.

Door de ligging nabij de natuurgebieden Quackgors en Voornes Duin en de aanwezigheid van diverse recreatievoorzieningen in de directe omgeving zal de sauna een uitstraling krijgen die sterk gekoppeld is aan natuur en een dagje totaal relaxen..



foto 2 Tenellaplas Voornes Duin

De thermen heeft een luxe uitstraling waarbij de persoonlijke benadering een gevoel zal geven van rust en warmte. Hygiëne en kwaliteit van de aanwezige faciliteiten zal prefereren boven een veelheid en diversiteit aan voorzieningen. Het complex heeft afgescheiden gedeelten voor rokers, hierdoor zal de niet-roker zich direct thuis voelen. Belangrijk is de all-weather functie van het complex; bij mooi weer nodigt de ruime en fraai aangelegde tuin met zonneweide uit tot relaxed zonnebaden/zwemmen/lezen/etc. en bij minder mooie dagen is het binnenaanbod meer dan voldoende voor een ontspannen dagje uit. Natuurlijk is volgens goed saunagebruik er onder alle weersomstandigheden een combinatie van binnen- en buitenfaciliteiten mogelijk. Badkleding is binnen het saunacomplex niet toegestaan. Bij opening zal Thermen Duinhoek een bezoekerscapaciteit hebben van 300-400 dagbezoeken. De klanten kunnen via een reserveringssysteem zowel voor de sauna als voor beautyarrangementen reserveren, teleurstellingen bij het bereiken van de maximale capaciteit kunnen hiermede worden voorkomen.



foto 3 voorbeeld buitenzwembad

Het horecagedeelte met keuken, restaurant en buitenterras is afgestemd op een maximum van 75-100 personen. Daarnaast worden de bestellingen geserveerd op de zonneweide en in de rustruimtes. De menukaart zal een gevarieerd aanbod bevatten van verse en vooral gezonde gerechten met een ruime keuze in alcoholische en niet-alcoholische dranken en waters. Uiteraard is in de horecagebieden en rustruimtes een badjas verplicht.

Voor het beauty/healthcenter kan men bij de receptie afspraken maken. Tevens zullen de geboden behandelingen onderdeel vormen van arrangementen dat op diverse manieren zijn samengesteld. De voorzieningen voor massages, bruiningskuren, gezichtsbehandelingen, bodycare, semi-medische behandelingen, etc. vormen een totaal aanbod voor een dagje verwend worden.

De buitenvoorzieningen zijn dusdanig ontworpen dat er een sterk verband is met de omliggende natuur. De aanwezige elementen vuur, water, lucht en ruimte, de flora & fauna en de gebruikte bouwelementen zijn hierop afgestemd. Scandinavische en streekenmerkende invloeden zijn hierin terug te vinden. Ook is er een tuinroute aangelegd met thema's zoals meditatie, waterval, vuurplaats, etc.

De binnenvoorzieningen herbergen een aantal ontdek "werelden" gekoppeld aan een bepaald werelddeel zoals Antarctica, Afrikaanse Jungle, Aziatische mystiek, Europese/Scandinavische saunacultuur, etc.



foto 4 voorbeeld oosterse rustruimte en hamam

4. Aan te bieden faciliteiten (zie ook hoofdstuk12)

Binnen:	Buiten:
Receptie/Ontvangstruimte/Uitgifte badjassen, handdoeken,etc	Horeca buitenterras
Ruime omkleedruimte met beveiligd lockersysteem en make-up voorzieningen	Terreinafscherming
Ruimte met warme douches	Zonneweide met ligstoelen en stranddeel
Warm voetenbad	Houtgestookte Finse Kelo blokhutsauna 100 gr
Stilte sauna droog 90 gr	Grotsauna/themasauna gedeeltelijk ondergronds 60 gr
Panorama sauna 60-70 gr	Buitenzwembad (bereikbaar via binnenbad)
Infrarood sauna	Afkoelvoorzieningen
Whirlpool	Buitenwhirlpool(s)
Binnenzwembad (beperkt van afmetingen)	Afkoelbad
Afkoelvoorzieningen incl koud dompelbad	Siertuin met wandelpaden gebaseerd op de omliggende natuur en door grondwal afgeschermd van camping
IJsgrot	Duinpoel/vijver
Caldarium met kruidenbad	Rustzithoek
Tepidariumbanken	Parkeervoorziening (bewaakt)
Turks stoombad en hamam	Toegangspoort
Zonbankruimte	
Beauty/Health afdeling (verdieping)	
Massage ruimtes (verdieping)	
Keuken	
Technische ruimtes (in kelder)	
Restaurant	
Diverse rustruimtes	
Werk/schoonmaak kasten	
Toiletruimten (inclusief minder validen toilet)	
Personeelskamer/omkleedruimte	
Kantoor	
Voorraad	
Wasruimte	
Movie & Music center	

Tabel 1 Aan te bieden faciliteiten



foto 5 voorbeeld binnen sauna

Uitbreidingsmogelijkheid:

- Zoutwaterbaden



foto 6 voorbeeld grotsauna



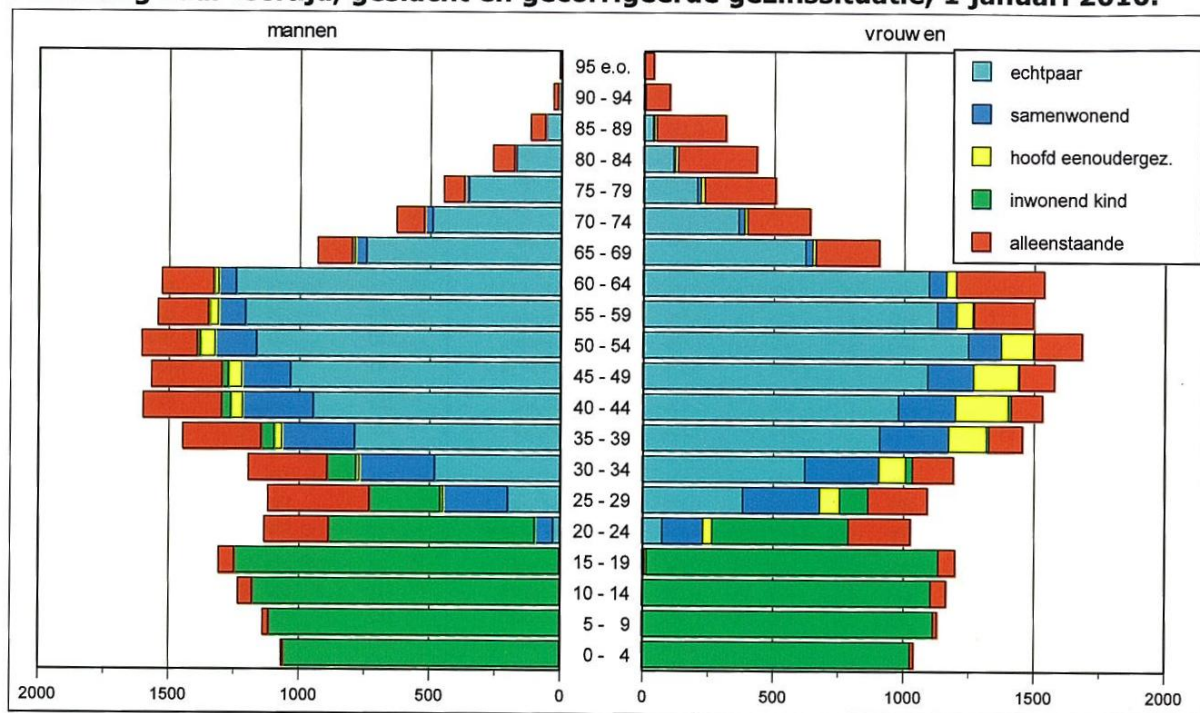
foto 7 voorbeeld Marokkaanse hamam

5. Doelgroep/Klanten

De doelgroep van toekomstige klanten wordt gevormd door zowel bewoners uit de eigen regio , de grote regio, als uit mensen die verblijven op de recreatieparken in de nabije maar ook wijdere omgeving (omgeving Zuid Hollandse & Zeeuwse eilanden/stranden). Het seizoensgebonden karakter hiervan vraagt echter ook een ruime doelgroep buiten het toeristenseizoen.

Gezien de minimum leeftijd van 16 jaar is er geen sprake van een familiebestemming. De leeftijdscategorie zal voornamelijk bestaan uit 25 + met als specifieke doelgroep de 45 + ers waarvan de kinderen zelfstandig zijn (de zogenaamde gouden genietters). Figuur 1 toont aan dat de doelgroep sterk is vertegenwoordigd in de totale bevolkingsstand door het bekende na-oorlogse babyboom effect. De nadruk ligt op het samen ervaren van een relaxed dagje uit eventueel gecombineerd met een short break naar de regio in de vorm van een (lang) weekend eruit of vakantie-weekje. Belangrijk hierbij is het totaalaanbod aan recreatievoorzieningen in de regio inclusief cultuur en shopping mogelijkheden. De gasten vallen over het algemeen in de categorie “regelmatige saunabezoekers”. De kwaliteit en de persoonlijke uitstraling moet deze groep dan ook het gevoel geven van vaste en zeer gewaardeerde gasten die graag zullen terugkomen naar “hun”sauna. Het complex is goed toegankelijk, middels aangepaste faciliteiten, voor minder validen.

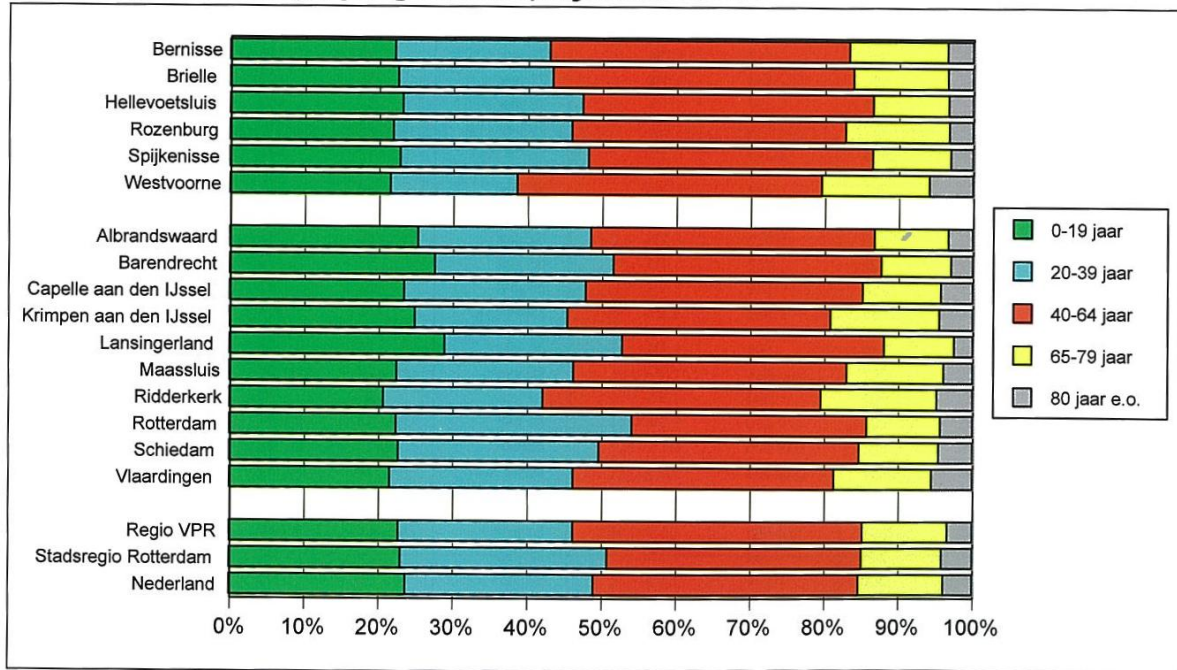
Bevolking naar leeftijd, geslacht en gecorrigeerde gezinssituatie, 1 januari 2010.



Bron: GBA. Weergegeven is het aantal inwoners naar leeftijd en geslacht en naar (gecorrigeerde) gezinssituatie (zie blz.27).

Figuur 1 bevolking naar leeftijd, geslacht en gecorrigeerde gezinssituatie Hellevoetsluis

Bevolking naar leeftijd, per gemeente, 1 januari 2010.



Figuur 2 leeftijdsopbouw regio

De ligging van Thermen Duinhoek in het midden van de regio Voorne-Putten-Rozenburg in de gemeente Brielle nabij de N57 waarborgt een goede infrastructurele ontsluiting. Daarnaast is het een goed bereikbare locatie vanuit het toeristengebied van de Zeeuwse Eilanden/Stranden. Het aantal inwoners in een straal van ca. 25 km bedraagt ca. 250.000 met als grootste concentraties de kernen van Spijkenisse, Hellevoetsluis en Brielle. Echter ook de gemeenten Westvoorne, Rozenburg, Maassluis, Bernisse en de eilanden Goeree/Overflakkee en Schouwen/Duiveland kennen een bevolkingsopbouw waarin de doelgroep nadrukkelijk vertegenwoordigd is.



Versie 1 april 2011



foto 6 strand Haringvliet

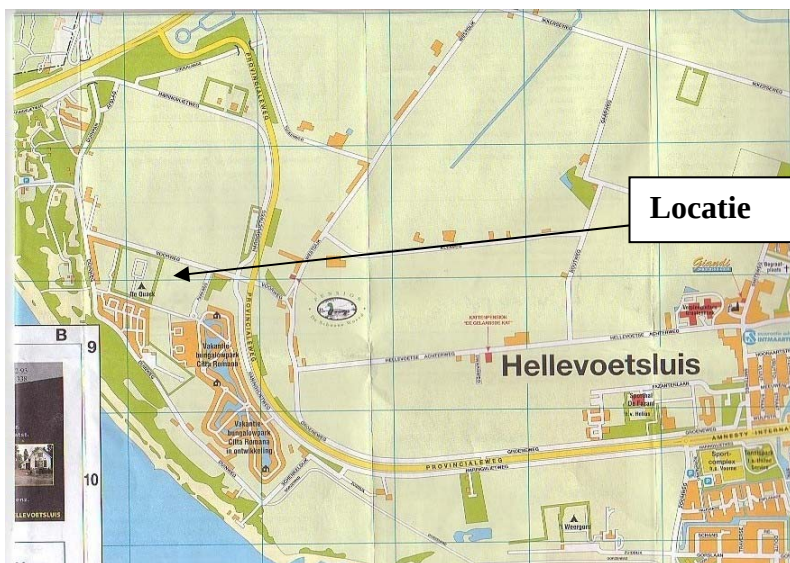


foto 7 oeverzone Hellevoetsluis

Binnen de oeverzone is de volgende locatie beschikbaar:

3,6 ha in de hoek Parkweg/Voorweg

- o uitstekende en centrale ligging
- o ruimte voor uitbreidingen
- o bestemmingsplan verblijfsrecreatie in aanvraag
- o zeer rustige ligging
- o vorm en ligging op het zuiden
- o goede ontsluiting vanaf N57 ca. 1,0 km
- o combinatie met overnachtingfaciliteiten mogelijk
- o overnachtingsmogelijkheden binnen het Aparthotel, op Citta Romana en Cape Helius
- o natuurgebied binnen 500 m
- o openbaar vervoer aansluiting per bus



Figuur 4 locatie

Het thermencomplex past goed in de lange termijn ontwikkeling van het gebied en de gewenste recreatieve voorzieningen. Onderstaand enkele foto's van de locatie.



foto 8 vanaf Voorweg richting Parkweg



foto 9 vanaf Voorweg richting aansluiting AI-laan



foto 10 vanaf Parkweg richting Voorweg

7. Concurrentie

Onderscheiding van de concurrentie is mogelijk door:

- Ligging in een natuur-, cultuur- & recreatiezone met diverse andere faciliteiten in de directe nabijheid;
 - 's Ochtends een strand- of duinwandeling en de rest van de dag naar de thermen of een combinatie met een bezoek aan de historische stadjes Hellevoetsluis of Brielle behoort tot de mogelijkheden. Ook vormen van buitensport zoals fietsen, skaten, hardlopen, vliegeren, etc vallen goed te combineren met een ontspannende afsluiting.
- Aanbieden van een totale formule van wellness en health, met een gebalanceerde mix van producten van hoge kwaliteit;
 - Alle onderdelen van het bedrijf, met hierbij een belangrijke bijdrage van het personeel, dienen hierop te worden ingericht. De organisatie is continue bezig zich te verbeteren en te leren van de wensen van de klant.
- Een persoonlijke begeleiding o.a. door middel van thema routes;
 - Waar andere sauna's de klanten vaak loslaten en ze hun eigen weg laten zoeken zullen de klanten hier een keuze kunnen maken uit routesuggesties, gekoppeld aan een thema zoals een "stille route", een "oosterse route", een "finse route", enz. Eventueel kunnen routes onder begeleiding plaatsvinden bijvoorbeeld de oosterse route kan, tegen een geringe meerprijs en in groepsverband, onder deskundige begeleiding met vormen van yoga, meditatie en oosterse bewegingsleer worden gedaan.
- Een trainingsruimte, die aan groepen kan worden verhuurd voor cursussen en degelijke, gebruik van de thermen is dan inbegrepen.
 - Er is veel vraag naar trainingsfaciliteit in een rustige omgeving zowel bedrijfs- als individueel gericht.
 - Overnachtingsmogelijkheden zijn er in de directe omgeving
 - Eigen overnachtingsfaciliteit wordt eventueel overwogen
- Om nieuwe klanten kennis te laten maken worden introductie avonden gehouden;
 - Tegen een gereduceerd tarief worden de beginselen van saunagebruik uitgelegd en beleefd.
- De leden van verenigingen/bedrijven, waar de doelgroep in vertegenwoordigd is, met kortingsafspraken aan de thermen zien te binden;
 - Te denken valt hierbij aan sport, fitness, naturisme, yoga, etc.
- Uitbreidingsmogelijkheid 1; Turkse hamam met massagemogelijkheid
- Uitbreidingsmogelijkheid 2; Zoutwaterbaden



foto 11 sfeerbeeld natuur

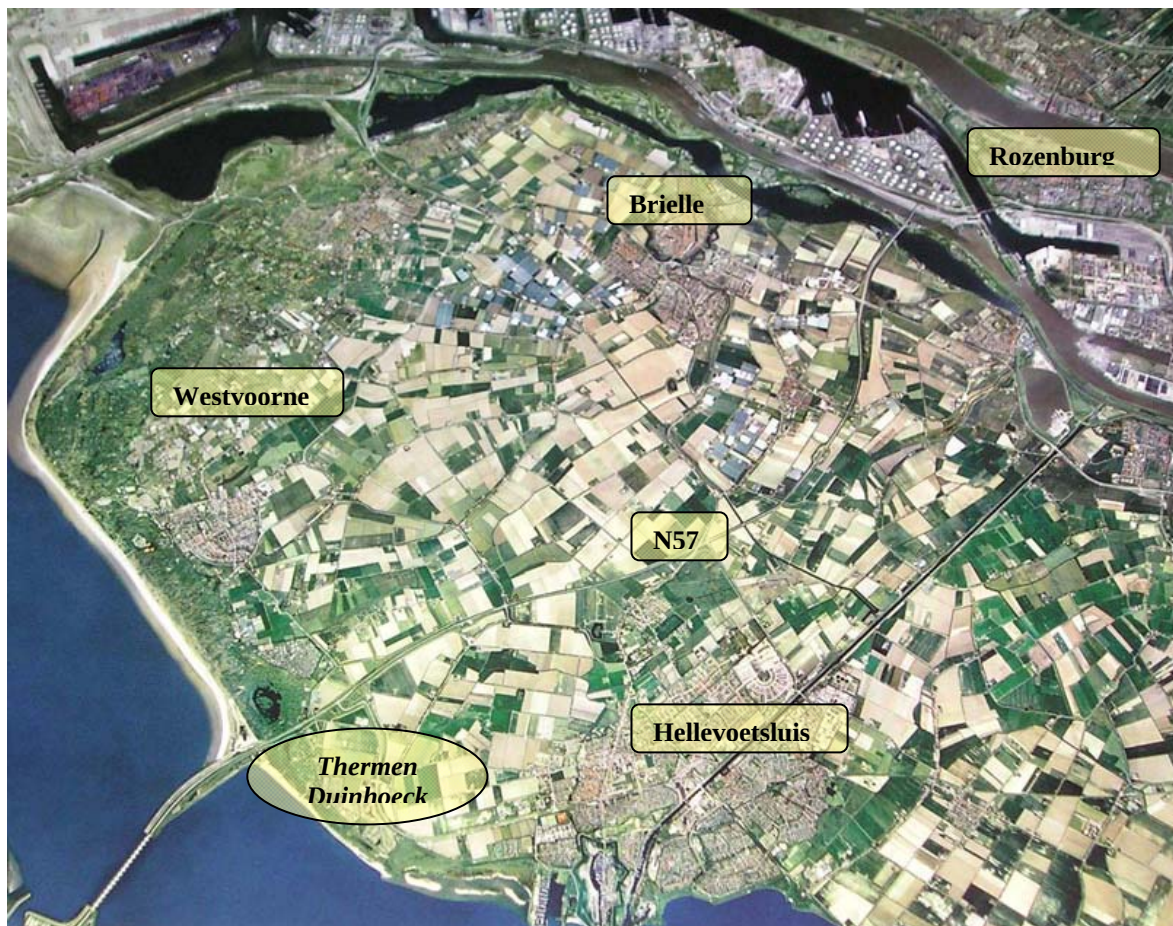


foto 12 luchtopname regio Voorne

In de genoemde regio is momenteel in een straal van ca. 25 km geen dergelijk complex te vinden. De dichtstbijzijnde thermen zijn in Barendrecht (Thermen Barendrecht), Schiedam (Thermen Holliday), Bleiswijk (Elysium) en Pijnacker (Centre du Lac). Wel is er een aanbod van kleinere en meer op binnenrecreatie gerichte sauna's aanwezig op kortere afstand nl., Spijkenisse en Vierpolders. Ook kent het recreatiepark Port Zélande een sauna, de doelgroep ligt hier echter meer op de aanwezige gasten van het complex en vaak eerste keer saunabezoek. De landelijke dichtheid aan thermen & beauty complexen in ogenschouw nemend en gezien de nog steeds toenemende populariteit aan luxe recreatie is er in de provincies Zeeland/Zuid-Holland en zeker binnen de vestigingsregio plaats voor een renderend Thermen & Beautycenter complex.

De vestigingslocatie biedt ruimte om toekomstige uitbreiding mogelijk te maken. Met name het gebouw dient op dusdanige wijze te worden aangelegd dat uitbreidingen logisch aansluiten op de bestaande voorzieningen, maar ook voor de buitenfaciliteiten geldt dit, hoewel in mindere mate. Daarnaast dient het complex qua ontwerp uitstekend te passen in de omgeving.

8 Marketing/klantenaanbod

8.1 Marketingonderzoek

De marketing is gebaseerd op de huidige trends en behoeftes die aan een thermen worden gesteld. Er is niet veel marketingonderzoek beschikbaar direct gekoppeld aan thermen en sauna's. Wel heeft de Nederlandse Saunavereniging (NSV) recent onderzoek laten verrichten en zijn er trends in de sectoren Horeca en Recreatie & Toerisme waarneembaar die ook voor thermen en sauna's toepasbaar zijn. Op basis van gegevens van de NSV en een toetsing van externe adviseurs zijn de volgende conclusies te trekken:

Mensen die reeds sauna's bezoeken (ca. 10% van de bevolking):

- Meer dan 50% van de regelmatige saunabezoekers gaat naar een vast adres;
 - Het is dus van belang om een goede binding te hebben met deze kern van bezoekers die de basis vormen van een succesvolle exploitatie. Speciale acties, jaarabonnementen, lidmaatschapskaarten, het persoonlijk kennen van deze groep, etc. zijn instrumenten om dit te bevorderen.
- Meer dan 50% stelt het zeer op prijs om ook uitgebreid en goed te kunnen eten in een thermen;
 - Het restaurant vormt een belangrijk onderdeel van het complex zowel voor de klantenbinding als voor de exploitatie. De kwaliteit van het horecadeel zal naadloos moeten aansluiten op de kwaliteit en uitstraling van de thermen als geheel.
- Meer dan 60% stelt het zeer op prijs om ook echt te kunnen zwemmen;
 - Het zwembad dient naast het afkoelen ook groot genoeg te zijn om wat baantjes in te kunnen zwemmen. De koppeling tussen gezondheid en ontspanning wordt zodoende optimaal aangeboden.
- Hygiëne en kwaliteit zijn een must om klanten te binden;
 - Indien deze factoren niet voldoende worden bewaakt en in de organisatie zijn geworteld kan het vaste klantenbestand in gevaar komen.
- Mond tot mond reclame van de vaste bezoekers vormt de belangrijkste bron voor het verkrijgen van nieuwe klandizie;
- Vooral de dames (meer dan 60%) vinden het belangrijk om ook bruinings- en beautyfaciliteiten te kunnen gebruiken;



foto 13 zonnebank

- Dames hebben meer behoefte aan niet gemengd gebruik, het instellen van een damesdag zal deze groep aanspreken;

- Een grote groep van mensen die ooit een sauna hebben bezocht hebben dit het laatste jaar niet meer gedaan;
 - Vooral tijdsgebrek wordt hier als argument voor gebruikt. Het zoeken naar een combinatie van tijdsbesteding zoals met natuurwandeling, sport en plaatsbezoek en het bieden van kinderopvang zou van deze grote groep van potentiële klanten regelmatige bezoekers kunnen maken.
- Verhouding tussen locale bezoekers (straal tot 30-35 km) en er buiten is ca. 60/40;
- 59% van de saunabezoekers is vrouw;
- 91% van de bezoekers komt voor ontspanning;
- 75% bezoekt de sauna 1 x per 2 maanden of vaker;

Aantrekken van nieuwe saunabezoekers:

- Arrangementen afspreken met het Aparthotel en parken in de directe omgeving, waardoor de combinatie met een overnachting mogelijk is en de klanten niet uit de regio hoeven te komen;
- Gratis 1e bezoek blijkt uit NSV een belangrijke reden om niet-saunagangers te bewegen om langs te komen;
 - Wel dient deze groep goed te worden begeleid omdat ook juist veel mensen uit negatieve eerste ervaringen niet terugkeren. Argumenten als te benauwd en te heet zijn vaak gehoord als mensen onkundig een sauna bezoeken.
- Ook niet-saunagangers hebben het beeld dat sauna gezond is en voor alle leeftijden;
 - Blijkbaar is het imago wel al goed maar is de drempel toch soms te hoog, schaamte voor naaktheid en onbekendheid spelen hierbij een rol.
- Veel mensen zoeken hun sauna's tegenwoordig via internet, een goede en overzichtelijke internetsite is zeker nodig;
- Aantonen dat een thermenbezoek een goede prijs/kwaliteit verhouding biedt;
 - Een luxe diner buiten de deur kost vaak ongeveer hetzelfde als een dagje sauna inclusief diner.
- Ook jongeren (20-30 jaar) zijn een groeisegment die kunnen worden aangemoedigd tot een thermen/saunabezoek.
 - Vooral de combinatie met het kunnen luisteren naar muziek en het zien van recente films in het movie & music center zal deze groep aanspreken.



foto 14 zonsondergang haven Hellevoetsluis

8.2 Berekening klantenbezoeken

Gebaseerd op de demografische gegevens van tabel 1 en bovengenoemde onderzoeksresultaten kan een potentieel klantenbestand als volgt worden berekend.

8.2.1 Eigen regio (=binnen bereik van 0 tot 20 min per auto):

Voor de eigen regio is allereerst gekeken naar het totaal aantal inwoners voor het gebied. Vervolgens is het percentage van de doelgroep (=leeftijdscategorie 30 tot 65 jaar) genomen conform figuur 1. Van deze groep is, binnen de eigen regio, 10% een regelmatige saunabezoeker. Daarna is een aanname gedaan van het percentage dat klant zal worden uit deze groep en dit is vervolgens vermenigvuldigd met het gemiddeld aantal saunabezoeken per jaar voor deze klantengroep.

Gemeenten		aantal inwoners	
Hellevoetsluis		40.000	
Westvoorne		14.000	
Brielle		16.000	
Rozenburg		13.500	
Bernisse		12.500	
Spijkenisse		75.000	
Goedereede		11.500	
Dirksland		8.000	
Middelharnis		17.500	
Schouwen-Duiveland		34.500	
Oostflakkee		10.000+	
	totaal	252.500	
		aantal	
Doelgroep in % v.d bevolking	50,0%	126.250	Zie figuur 1.
categorie regelmatige bezoekers	10,0%	12.625	
waarvan als klant bereikt	50,0%	6.313	
aantal keren gemiddeld per jaar	6,0	37.875	bezoeken per jaar
dagen per jaar open	360	105	bezoeken per dag

Tabel 2 klanten prognose eigen regio

8.2.2 Grote regio (=binnen bereik van 20 tot 40 min per auto):

De berekening is op dezelfde wijze opgebouwd alleen de gekozen percentages liggen anders. De leeftijdsopbouw en verhouding autochtoon/allochtoon is verschillend voor de regio Rotterdam. Hierdoor is de doelgroep minder vertegenwoordigd (40% ipv 50%) en ook het percentage regelmatige saunabezoekers binnen de doelgroep is lager (8% ipv 10%). Verder is aangenomen dat een kleiner deel van deze groep daadwerkelijk klant zal worden (25% ipv 50%) en dat het aantal bezoeken per jaar van deze klanten veel lager zal zijn (2 ipv 6).

Gemeenten		aantal inwoners	
Rotterdam		600.000	
Albrandswaard		19.500	
Barendrecht		37.000	
Schiedam		75.000	
Vlaardingen		75.000	
Maassluis		33.000	
Ridderkerk		45.000	
Middelburg		36.000+	
	totaal	920.500	
		aantal	
Doelgroep in % v.d bevolking	40,0%	368.200	
categorie regelmatige bezoekers	8,0%	29.456	
waarvan als klant bereikt	25,0%	7.364	
aantal keren gemiddeld per jaar	2,0	14.728	bezoeken per jaar
dagen per jaar open	360	41	bezoeken per dag

Tabel 3 klanten prognose grote regio

8.2.3 Totaal aantal bezoekers:

Naast de bezoekers uit de eigen en grote regio is er de mogelijkheid om bezoekers aan te trekken uit het toerisme. Op het eiland Voorne zijn alleen al een 10-tal campings en enkele bungalowparken en in de richting Zeeland is dit nog een veelvoud hiervan. De bungalowparken hebben een gebruik het hele jaar rond met natuurlijk een piek in de vakantieperiodes. De campings zijn vooral in het zomerseizoen goed bezet. Rond de 30 tot 40% van de toeristen is buitenlands, met een groot aandeel Duitsers, van wie bekend is dat saunabezoek een ingeburgerde cultuur is. Het merendeel van de toeristen verblijft langer dan 1 week en een dagje thermen zou goed passen binnen het vakantieaanbod. Voor de berekening is een inschatting gemaakt van ca. 18% bezoeken uit het toerisme.

Ook is er een redelijk groot potentieel van regelmatige saunabezoekers, die door het gehele land reizen en vaak een (meerdaags) bezoek aan een regio combineren met saunabezoek. Vaak gelokt door enthousiaste mede saunabezoekers of gewoon uit nieuwsgierigheid naar een nieuwe locatie. In de berekening is hier 10% van het totaal voor gerekend.

Gebied	afstand	verdeling	aantal	bezoeken per dag
regio	< 20 automin.	52,1%	105	
brede regio	< 40 automin	20,2%	41	
toerisme	seizoen	17,8%	36	
landelijk	> 40 automin	9,9%	20	
totaal			202	
totaal per jaar	360		72.763	bezoeken per jaar

Tabel 4 klanten prognose totaal

9. Promotie

Promotie zal plaatsvinden op diverse manieren zoals advertenties, internet website, verspreiden folders, speciale acties, mond op mond reclame, VVV's, buitenreclame, direct mail, lokale media, etc. De promotie zal starten vanaf de definitieve GO ongeveer 1 jaar voor opening. Marketing zal een belangrijke rol spelen bij het positioneren van het bedrijf in de markt, kwaliteit zal belangrijker zijn dan kwantiteit, alle reclame zal hierop aansluiten.

De promotie zal worden afgestemd op de verschillende deelgebieden. In de eigen regio in de vorm van adverteren in de regionale bladen, buitenreclame op de uitvalswegen zoals N57 en Groene Kruisweg, direct mail. In de grote regio via de website en websites die door de klantengroep worden bezocht zoals www.saunagids.nl www.sauna.pagina.nl, reclame d.m.v. weekbladen en aanbieden arrangementen in tijdschriften van de doelgroep, etc. Het toerisme is bereikbaar via de recepties van de diverse campings en bungalowparken op Voorne maar met name in de regio Zeeland en Goedereede. Direct mail aan bungalowverhuurders, VVV's, etc. Maar zoals al eerder genoemd zal na een eerste bezoek de klandizie vooral via mond tot mond reclame moeten plaatsvinden.



foto 15 haven van Hellevoetsluis



foto 16 stadhuis Hellevoetsluis

10. Risico's/Knelpunten

De onderstaande tabel geeft een uitgebreide opsomming van de risico's waar men mee te maken kan krijgen. Regelmatige toetsing van de risico's moet voorkomen dat wordt vergeten om de preventieve maatregelen te nemen. Daarnaast dienen de verzekerbare risico's tijdig te worden gedekt middels een verzekering met voldoende dekking.

Risicomatrix en te nemen maatregelen:

Risico	Gevolgen	Kans	Imp act	Totaal	Preventieve maatregelen	Risico te verschuiven	Verzekeren
Voorbereiding							
Vergunningen niet op tijd	vertraging	4	3	12	Voldoende tijd inplannen	Afspraken vastleggen	nee
Financiering niet rond te krijgen	stoppen	3	5	15	geen	nee	nee
Locatie niet beschikbaar	vertraging	2	3	6	Reserveren locatie	Contractueel vastleggen	nee
Exploitatie niet dekkend	stoppen	3	5	15	Conservatief calculeren	Aanpassen plan	nee
Aansluiting gas/water/elektra niet op tijd realiseerbaar	vertraging	2	3	6	Goede afspraken	Contractueel vastleggen	nee
Onverwachte concurrentie	Wijziging plan	3	4	12	Concurrentie voorblijven of samenwerken	Overleg	nee
Onbetrouwbare financiers	stoppen	3	4	12	Goed onderzoek	Contractueel vastleggen	nee
Investering blijkt hoger	vertraging	3	4	12	Post onvoorzien	Contractueel vastleggen	nee
Vertraging tijdens VO + DO + opdracht	vertraging	3	3	9	Boete clause	Contractueel vastleggen	Nee
Bouw							
Brand	vertraging	3	4	12	CAR verzekering via bouwer	Ja via bouwer	Ja
Bouwer(s) failliet	Vertraging/ extra kosten	3	4	12	Onderzoek vooraf / Betalingen achteraf	Afbouw garantie	nee
Bodemvervuiling	Extra kosten	2	4	8	Nulonderzoek	Contractueel vastleggen	nee
Vertraging bouw	vertraging	3	4	12	Haalbare planning Boete clause	Contractueel vastleggen	nee
Onverwachte kosten	meerkosten	3	3	9	Post Onvoorzien opnemen	nee	nee
Diefstal/Vernieling	Meerkosten / vertraging	3	3	9	Beveiligen + CAR verzekering	Bouwer	nee
Exploitatie							
Brand/overstroming/bliksem	Extra kosten minder omzet	3	5	15	Verzekeren	Verzekerings maatschappij	ja
Waterkwaliteit/hygiëne problemen	Tijdelijke sluiting / imago	3	4	12	Eisen aan controle en onderhoud vastleggen in kwaliteitsplan	nee	nee
Klanten te weinig	Te weinig opbrengsten	3	5	15	Conservatief budgetteren en kosten variabel houden, goede marketing	nee	nee
Prive omstandigheden management	Management probleem	2	4	8	Zelfstandige bedrijfsleiding opnemen in personeelsplan	nee	ja
Recessie	Minder klanten	3	4	12	Conservatief budgetteren en	nee	nee

					kosten variabel houden		
Onverwachte concurrentie	Minder klanten	3	4	12	Conservatief budgetteren en kosten variabel houden, markt bewaken	nee	nee
Storingen apparatuur	Meerkosten	3	3	9	Onderhouds contracten	garanties	ja
Kwaliteit personeel	klachten	3	4	12	Kritisch werven Functionering/ beoordelen	nee	nee
Beschikbaarheid personeel	Onder bezetting	2	3	6	Gunstige arbeids voorwaarden	nee	nee
Hogere onderhoudskosten	Meerkosten	3	3	9	Contracten afsluiten, onderhoud outsourcen	garanties	nee
Sterke stijging energiekosten	Meerkosten	4	3	12	Conservatief budgetteren	nee	nee
Ongevallen met gasten	Imago / claims	2	5	10	Veilige aanleg / EHBO opleiding	Verzekerings maatschappij	Ja
Te laag verzekerd	Onvoldoende dekking meerkosten	2	5	10	Goede polis afsluiten	Verzekerings maatschappij	Ja
Verzakkingen / bouwfouten	Meerkosten minder omzet	2	4	8	Kwaliteit ontwerp	Constructeur / Bouwer	??
Systemen vallen uit	Meerkosten minder omzet	3	3	9	Service contract	Leverancier	??
Calamiteit	Ontruiming imago schade	3	4	12	Ontruimings plan, getraind personeel, BHV	nee	nee
Sterke verhoging belastingen/heffingen	meerkosten	3	3	9	Conservatief budgetteren	nee	nee
Onbetrouwbare leveranciers	meerkosten	3	3	9	Onderzoek vooraf, goede contracten	nee	nee
Liquiditeits probleem	Niet nakomen verplichtingen / claims / faillissement	3	5	15	Voldoende dekking rekening courant	nee	nee

Tabel 5 Risicomatrix



foto 17 Voornes duin

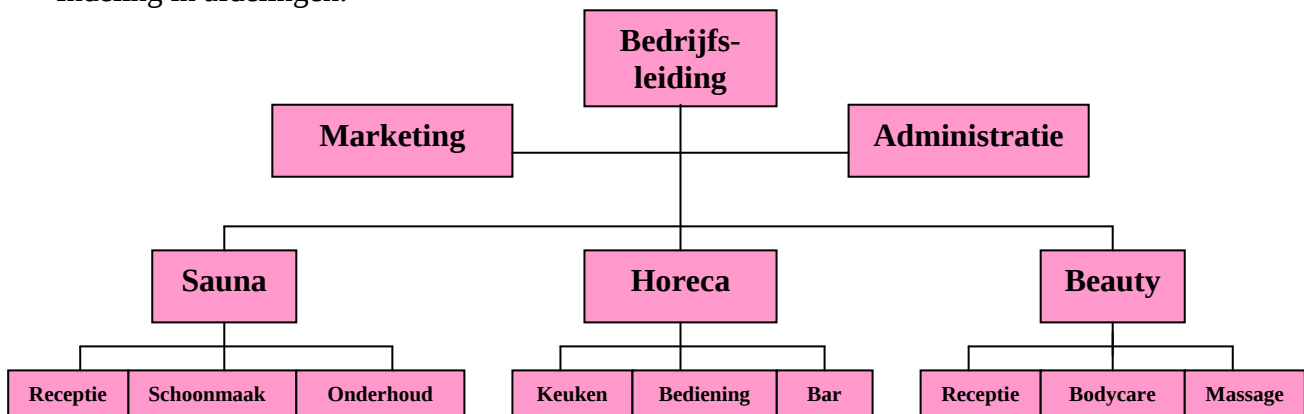
11. Personeel & Organisatie plan

11.1 Openingstijden

- Sauna dagelijks geopend 11:00 tot 23:30 uur
- Damesdag; iedere dinsdag uitgezonderd vakanties
- Beauty/health afdeling; zelfde openingsdagen als sauna, tijden van 09:30 tot 21:30 uur

11.2 Organogram

Indeling in afdelingen:



Zoals het organogram laat zien bestaat het bedrijf uit 3 hoofdonderdelen die elk winstgevend dienen te zijn. Voor het onderdeel Beauty wordt overwogen om de exploitatie uit te besteden aan een gespecialiseerde partij met naamsbekendheid in de regio.

11.3 Functieprofielen

De volgende functies zijn in het bedrijf te onderscheiden:

- Bedrijfsleider
- Receptionist
- Sauna assistent/schoonmaker
- Onderhoudsmedewerker Techniek
- Chef Kok
- Keuken assistent
- Afwashulp
- Medewerker Bediening
- Administrateur
- Schoonheidsspecialiste
- Masseur
- Pedicure

In totaal zal bij start ongeveer 25 fte personeel nodig zijn voor de diverse functies, vervolgens is voorzien dat dit aantal zal groeien tot ca. 30 fte. Het merendeel van het personeel zal op part time basis werken waardoor het werkelijk aantal personeelsleden op ongeveer het dubbele zal liggen. Slechts bij uitzondering zal het personeel in een vast dienstverband werken, het merendeel werkt

op contractbasis met een flexibele ureninvulling. Echter een aantal kernfuncties zoals bedrijfsleider(s), chef-kok en medewerker techniek werken bij voorkeur full time in vast dienstverband en vormen de spil van het bedrijf.

Flexibiliteit zal een vaste functie eis zijn bij het aannamebeleid. Gezien de diversiteit aan werkzaamheden is multi-inzetbaarheid een must.

In appendix B is van de meeste functies een functieprofiel opgenomen.

11.4 Werving en selectie

Start van de werving en selectie is vanaf 6 maanden voor opening. Vooraf worden eventueel geschikte kandidaten gepolst voor een functie. Gezien de eisen die aan de diverse functies worden gesteld wordt er geen personeelsschaarste bij het werven op de arbeidsmarkt verwacht.

11.5 Opleiding

In de planning is opgenomen dat ondernemer een opleiding de vakopleiding Saunabedrijf heeft gevolgt www.saunaopleiding.nl Het personeel zal in principe worden aangenomen met voldoende kennis en ervaring zodat slechts beperkt bedrijfsopleidingen nodig zijn.

11.6 Arbeidsvoorwaarden

De horeca CAO is niet van kracht voor de sauna branche, echter gezien de nauwe relatie met een horecabedrijf is deze CAO wel gehanteerd.



foto 18 technische installatie whirlpools

12. Ontwerp

12.1 Bouwkundig Programma van Eisen

Uitstraling algemeen

Het gebouw dient zowel aan de binnen- als aan de buitenzijde het imago van het bedrijf uit te stralen door middel van een zorgvuldig gekozen kwaliteitsbeeld wat terugkomt in de vormgeving, de gekozen materialen en de algehele aankleding. Bij de verdere uitwerking van het PvE zullen een architect en een stylist worden betrokken. In gezamenlijkheid zullen zij de wensen van de ondernemers vertalen in een voorlopig ontwerp. Tevens wordt in dit voorlopig ontwerp de vorm en ligging van de bouwlocatie beschouwd. Het complex zal goed herkenbaar moeten zijn vanaf de openbare weg en passend binnen de omgeving. Daarnaast vormt de buitencontour een natuurlijke privacy barrière die de binnencontour en tuin afschermt vanaf de openbare weg. Het bouwkundig PvE is als basis gebruikt voor het Voorlopig Ontwerp. Het complex is goed toegankelijk voor minder-validen.

Onderdeel Entree/Receptie

De entree/receptie is het centrale punt van het gebouw waar vanuit alle 3 de onderdelen los van elkaar kunnen worden bereikt. Er is een balie met minimaal 2 werkplekken en de ontvangstruimte is licht en ruim van afmetingen. Via een open trap is de op de verdieping gelegen Beauty/Health afdeling te bereiken. De receptie is tevens uitgifte van het badtextiel en hiervoor gekoppeld aan een voorraadruimte. Tevens is via de receptie de personeelsruimte en een kantoorruimte van 2 werkplekken bereikbaar.

In de receptie is het saunabeheerssysteem en gebouwbeheerssysteem te controleren en te regelen.

Onderdeel Sauna

De totale capaciteit is ca.150 bezoekers tegelijk voor alle voorzieningen bij elkaar geteld verdeeld over de volgende onderdelen:

16-20 persoons	stille sauna	1
8 pers. Binnen en Buiten	whirlpool	2
12-15 persoons	panorama sauna	1
9 persoons	infrarood/laconium	1
12 persoons	caldarium	1
6 persoons	tepidarium	1
8 persoons	ijsgrot/frigidarium	1
12 persoons	stoombad	1
12 * 7,5 m Binnen en Buiten	zwembad	1
10 persoons	voetenbad	1
Binnen en Buiten	dompelbad	2
	doucheruimte	1
Binnen en Buiten	afkoelen	2
20-30 pers. Buiten	Finse Kelo sauna	1
12 pers. Buiten	grotsauna	1
300-400 lockers met make-up ruimte en mogelijkheid tot uitbreiding	kleedruimte	1

Geschat oppervlakte sauna binnenvoorzieningen totaal 750 m2

Onder het saunadeel is een technische kelderruimte voorzien van ca. 200 m2 ten behoeve van filterinstallaties, pompen, buffertanks,etc.

Het voorlopig ontwerp geeft een uitwerking van de binnenroute voor het saunadeel, belangrijk is dat de logische saunavolgorde van warme douche, warm voetenbad en sauna direct op de kleedruimtes aansluit.

Het saunadeel dient eenvoudig uitbreidbaar te zijn zonder overlast tijdens de bouw. Klimaatbeheersing en hergebruik van energie zijn aspecten die met name in het ontwerp van het saunadeel van groot belang zijn. Er wordt veel warmte gemaakt voor zowel de sauna's als voor de warmwaterbaden, technieken om deze warmte her te gebruiken bijvoorbeeld via vloerverwarming zijn zeker interessant en mogelijk subsidiabel. De buitenvoorzieningen van de sauna dienen logisch te zijn gesitueerd met korte loopafstanden vanaf de binnenvoorzieningen. Het complex moet eenvoudig schoon te houden zijn door middel van hogedruk reiniging, in het ontwerp zijn hiervoor aansluitpunten meegenomen.

Onderdeel Horeca/Rustruimte

Ook de horeca en rustruimte voorzieningen worden aangelegd met de mogelijkheid van uitbreiding. Daarnaast moet aansluitend ruimte gereserveerd blijven voor een trainings/praktijkruimte en kinderopvang.

Het horeca/rustgedeelte is te splitsen in 7 delen nl:

1. Keuken

Compleet ingerichte keuken groot genoeg voor een restaurant met ca. 75-100 zitplaatsen inclusief vries- en koelruimte, droge opslagruimte, warme- en koude gerechtenkeuken, uitgiftebuffet, complete afwasvoorziening, etc.

2. Bar

Uitgifte van warme en koude dranken en alcoholisch/non-alcoholisch dranken, inclusief voorraad, koeling, spoelbakken, verse sappen, etc. De inrichting kan eventueel in samenwerking met een brouwerij worden uitgevoerd.

De bar heeft 10 tot 12 zitplaatsen waar naast dranken ook een maaltijd kan worden genuttigd.

3. Restaurant

Het restaurant heeft ca. 75-100 zitplaatsen aan tafels daarnaast worden gerechten op verzoek ook in de rustruimte gereserveerd. Gezien de uitstraling van de thermen is een niet-roken beleid van toepassing waarbij roken in een aparte ruimte is toegestaan (ca. 25 zitplaatsen).

4. Rustruimte

De rustruimtes hebben een totale capaciteit van ca. 80-100 plaatsen, waarbij roken, evenals in het restaurant, alleen in een aparte rookkamer is toegestaan. Ca. 20 plaatsen liggen in de serre met luxe relaxstoelen. De rustruimte is opgedeeld in aparte zitjes van 8 tot 12 plaatsen ingericht met losse fauteuils, 2-persoons bankstellen en lounge-achtige zithoeken. Een apart gedeelte is gesitueerd bij een (gasgestookte) open haard.

5. Stilteruimte

Er is een aparte stilteruimte waar men in alle rust even de ogen dicht kan doen, de capaciteit is ca. 15-20 personen. Ligging en isolatie moeten op dit doel zijn afgestemd.

6. Buitenterras

Voor de perioden met mooi weer is er een ruim buitenterras voorzien op het dak met een capaciteit van ca. 60 personen.

7. Ligweide

In de tuin is een ruime ligweide voorzien met een capaciteit van ca. 150 ligbedden en een buitenzwembad. In het seizoen is er de mogelijkheid van een aparte tuinbar waar de klanten hun drankjes/cocktails en ijsjes kunnen bestellen.

Onderdeel Beauty/Health

Het beautygedeelte is gelegen op de eerste verdieping en is ca. 350-400 m² groot. Het bestaat uit 10-12 behandelruimtes voor diverse schoonheidsbehandelingen voor lichaam en gelaat. Daarnaast zijn de ruimtes ook voor massages te gebruiken. Het beautygedeelte is direct bereikbaar via de receptie zodat klanten die alleen voor een beautybehandeling komen hier direct naar toe kunnen, ook is de beauty bereikbaar via het horecadeel. Er is de mogelijkheid voor de ontvangst van groepen tot ca. 10 personen en enkele behandelruimten zijn geschikt voor duo-behandelingen. De uitstraling van de beauty afdeling inclusief de keuze van de te gebruiken producten dient aan te sluiten bij de totale opzet van het complex.. Uitbreiding met een kapsalon moet mogelijk zijn.

Overige ruimtes

Bruiningsapparatuur

Er zijn minimaal 2 ruimtes waar bruiningsapparatuur staat opgesteld. Ook hier is een duo-opstelling voor gelijktijdig gebruik met bijv. vriendin of partner.

Wasruimte

Afhankelijk van de keuze voor zelfwassen of uitbesteding zal een wasruimte worden opgenomen in het ontwerp.

Opslagruimte/Voorraad/Werkruimte

Een algemene ruimte voor opslag van goederen, reserveonderdelen, etc. tevens geschikt voor het uitvoeren van kleine herstelwerkzaamheden.

Techniek

De saunatechniek is gelegen in een kelderruimte onder het saunadeel met een ruime toegankelijkheid vanaf de buitenzijde ten behoeve van het vervangen van filters en dergelijke. Ook is een beveiligde/afgeschermd ruimte noodzakelijk voor de te gebruiken ontsmettingsmiddelen, die eveneens eenvoudig vanaf buitenzijde bereikbaar is. De overige technieken zoals algemene elektra, klimaatbeheersing, verwarming, etc zijn ondergebracht in een technische ruimte op de begane grond of, in geval van klimaatbeheersing, op het dak.

Toiletten

Zowel de kleedruimte als de horecaruimte hebben aparte toiletten voor dames en heren. Bij de kleedruimte komt een minder-validentoilet.

Buitenruimte

Tuin

Afgeschermd door het gebouw vanaf de openbare weg is een tuin van ca. 4.000 m² voorzien. Hiervan is ca. 300 m² aangelegd aan verhard terras ten behoeve van het buitenterras en de ruimte om het zwembad. De wandelpaden nodigen uit tot een wandeling door de tuin en de centraal gelegen zonneweide ligt op het zuiden gesitueerd. De tuin is passend binnen het landschap van de streek en een duinvijver zorgt voor het aantrekken van de nodige flora en fauna. Het ontwerp van de tuin zal door een landschapsarchitect passend bij gebouw worden ontworpen.



foto 19 impressie tuin

Parkeren/Toegang

De toegang naar het complex sluit direct aan op de openbare weg. De ingang zal duidelijk herkenbaar zijn door middel van een welkomstbord en vlaggen. De parkeergelegenheid heeft een capaciteit van ca. 150 auto's, met de mogelijkheid tot uitbouw naar circa 310 parkeerplaatsen is ruim van opzet en sluit aan op de parkeervoorziening van camping De Quack en Citta Romana. Ook voor de parkeergelegenheid om het gebouw en de looproutes naar het gebouw geldt dat een (landschaps) -architect een passend ontwerp zal maken passend bij de uitstraling van het complex. De ontsluiting zal via de Parkweg zijn. Zie ook definitief stedenbouwkundig plan.

13. Planning

De planning is onderverdeeld in de volgende fasen:

- Oriëntatie
- Ontwerp
- Voorbereiding
- Bouw
- Inbedrijfstelling
-

De totale doorlooptijd zal liggen rond de 18 maanden.

14. Vergunningen, ruimtelijke ordening en milieu

De volgende aspecten/richtlijnen spelen of kunnen een rol spelen bij het verkrijgen van de nodige vergunningen:

- Bestemmingsplan
- Instemming van de stadsregio Rijnmond en de provincie Zuid Holland

De volgende vergunningen zijn noodzakelijk:

- Omgevingsvergunning
- Horecavergunning
- Whvbz (Besluit hygiëne en veiligheid badinrichtingen en zwemgelegenheden)

16. Toekomstvisie

16.1 Uitbreiding

Het ondernemingsplan is geschreven voor de jaren 1 t/m5 vanaf opening. Na ieder jaar zal het toekomstplan worden bijgesteld middels een 5 jarenplan. Indien het aantal klanten boven verwachting is kan binnen het gekozen ontwerp worden uitgebreid. Dit geldt voor de tuin, de buitenvoorzieningen en de parkeerplaatsen dit alles conform het bestemmingsplan. Financieel dient het resultaat dusdanig te zijn dat de uitbreidingen met eigen vermogen kunnen worden gerealiseerd.

Bij tegenvallende bezoekers aantallen moet minimaal het break-even point, wat rond de 40.000 bezoekers per jaar ligt, middels een zeer kritische kostenbudgettering worden bewaakt.

16.2 Health

Het thema health moet nog nader worden uitgewerkt. De koppeling tussen het thermen/beauty bedrijf enerzijds en gezondheidsbehandelingen op het semi-medische vlak anderzijds is een steeds meer gemaakte koppeling. Te denken valt aan bleken van tanden, ooglaserbehandelingen, eenvoudige plastische chirurgie, acupunctuur, haarimplantatie, permanente haargroeiverwijdering, etc. Daarnaast is een revalidatie gekoppeld aan dergelijke ingrepen op een nabijgelegen bungalowpark met dagelijkse toegang tot de thermen een mogelijkheid.

16.3 Overnachtingaccommodatie

Op het uitbreidingsperceel is ruimte voor de realisatie van een overnachtingaccommodatie (apart hotel). Deze mogelijkheid zal verder worden onderzocht. Samenwerking middels arrangementen met Citta Romana, Cape Helius, Camping De Quack en Port Zelande.

17. Adviseurs en reviewers

De volgende personen hebben vrijwillige bijdrage geleverd bij het tot stand komen van het ondernemingsplan, (waarvoor onze dank!):

- Hugo van den Broek, register accountant; coach vanuit het startersnetwerk Hellevoetsluis.
 - Intermediair naar diverse partijen zoals banken, gemeente, grondeigenaren, etc.
 - Kritische reviewer van het concept plan
 - Coach op het gebied van financiën
- Henne van Horsen, voormalig directeur/eigenaar van thermen Ridderkerk, www.thermenridderkerk.nl
 - Ervaringsdeskundige met 30 jaar branche ervaring van een middelgroot saunabedrijf met een grote beautysalon.
 - Kritische reviewer van het concept plan met inbreng eigen ervaringen.
 - Intermediair naar branche partijen en mogelijke investeerders/partners
 - Coach bij de volgende stappen tot realisering
- Koen Knapper, register controller, collega in Euromax project.
 - Kritische reviewer van het concept plan
 - Ervaringsdeskundige op gebied van financiën en opzetten Business model
- Bert van Diesen, bouwkundige
 - Kritische reviewer van het bouwkundig ontwerp en kostenbegroting.
- Ine van Diesen, schoonheidsspecialiste
 - Klankbord als ervaringsdeskundige op het gebied van beautybehandelingen
- Bart Zieleman, eigenaar/directeur Sauna Soesterberg
 - Uitgebreide rondleiding door het eigen (middelgroot tot groot) saunabedrijf met beauty, horeca en groot buitendeel www.saunasoesterberg.nl
 - Interview naar aanleiding van het schetsontwerp en aanleveren branche gegevens.
- Erik Bierenbroodspot, Adviesbureau Leisure Business
 - Expert review op het plan
 - Zeer ervaren deskundige op sauna/thermengebied
- Paul Broos
 - Subsidioloog, adviseur voor subsidiemogelijkheden
- Lambert Stuifbergen
 - Horeca ondernemer in de regio
- Piet Wemmers
 - Horeca ondernemer in de regio, denkt mee over restaurant/keuken
- Martin Bogers en Gerda Bogers
 - Ervaren ondernemers uit de saunabranche (voormalig Sauna Bogers Dordrecht)
 - Mentor rol bij de realisatie/opstart

18. Offertes

Met de volgende bedrijven en personen zijn gesprekken gevoerd (meestal resulterend in vrijblijvende offertes).

- Interhiva BV. www.interhiva.nl
 - Contact Jacques Schemmekes, uitgebreide offerte voor het “natte deel”, sauna’s, zwembad, whirlpools, stoomcabines, kruidenbad, etc. incl. alle benodigde technische installaties
- Techno Service Zwembaden BV www.zwembad.com
 - Contact Terry Opmeer, ramingsbedragen voor het natte deel.
- Spijker en van Ouwkerk BV www.senobv.nl
 - Contact Hans Spijker, uitgebreide offerte natte deel
- Knullwald www.knullwald.nl
 - Offerte sauna’s, stoombaden, whirlpools, etc
- Pellikaan Bouw bv www.pellikaan.com
 - Offerte voor het gebouw
 - Levering plan van aanpak
 - Mogelijke partner in de projectontwikkeling
- Vaessen bouw bv www.vaessenbv.nl
 - Contact Hein Trebbe
 - Offerte voor het gebouw
 - Mogelijke partner in de projectontwikkeling
- Hellebrekers bv www.hellebrekers.nl
 - Offerte voor E en W installatie
- Brand BBA, Bureau voor Bouwkunst en Advisering b.v. www.brandbba.nl
 - Jan Brand, directeur

19. Literatuur & Links

Titel	Uitgever
Streekplan Rijnmond Halfweg 1996-2000-2005	Provincie Zuid-Holland
Actieplan Toerisme 2001-2005 SPP	Provincie Zuid-Holland
Gebiedsprogramma Rijnmond 2003-2007	Provincie Zuid-Holland
Gebiedsgerichte verkenning VPR	Stuurgroep VPR
Structuurplan 2010+	Gemeente Hellevoetsluis
Inspraaknota Structuurplan 2010+	Gemeente Hellevoetsluis
Streekplan ZHZ, toeristische-recreatieve ontw. Overflakkee	GS Zuid-Holland
Het Rotterdams startersboek	OBR Rotterdam
Startersmagazine	KvK
Ondernemen	Belastingdienst
Informatie over vergunningen in Rotterdam	OBR Rotterdam
Informatie faciliteiten voor ondernemers	OBR Rotterdam
Infopakketten	ING, ABN-AMRO,RABO
Easystart Lite software	KvK
Diverse documentatie	Leveranciers
NIPO Enquête	NSV
Ruimtelijk Plan Regio Rotterdam 2020	Provincie Zuid-Holland+ stadsregio Rotterdam

Tabel 6 Geraadpleegde literatuur

Veel gebruikte links:

[NEDERLANDSE SAUNA VERENIGING](#)

[Startersnetwerk](#)

[Kamer van Koophandel - online handelsregister, informatie voor ondernemers, import, export, ondernemen, ondernemingen, bedrijf starten](#)
[sauna.pagina.nl](#)

<http://www.saunagids.nl/>

[RR2020 - Home](#)

[Gemeente Hellevoetsluis](#)

[Homepage Openbaar - Koninklijk Horeca Nederland](#)

[R E C R O N](#)

[v v v z h e](#)

<http://www.brielle.nl/>

<http://www.gzh.nl/>

20 Bijlagen

Appendix A Financieel plan

21 Risico evaluatie

21.0 Risico evaluatie

De risicomatrix van hoofdstuk 10 noemt 2 belangrijke risico's om te stoppen tijdens de voorbereiding;

- A. Financiering niet rond te krijgen
- B. Exploitatie niet dekkend

Ad A. Het is vrijwel zeker dat de financiering is rond te krijgen.

Ad B In het huidige plan is een dekkende exploitatie opgenomen. Alle externe experts (o.a. ALB, het Thermen Service Center, alsook de interne notitie van de RABO bank over vooruitzichten voor de saunabranche) die de plannen hebben beoordeeld bevestigen de haalbaarheid. Het blijft echter onderwerp van constante toetsing aan de marktontwikkelingen.

21.1 Update

Dit rapport is volledig updated in 2008 in 2011 hebben wij een quick scan gedaan naar de huidige marktomstandigheden. De resultaten van dit onderzoek zijn verwerkt in de financiële bijlage appendix A. Uit deze scan is naar voren gekomen dat de omstandigheden voor een thermen complex in de regio Hellevoetsluis niet gewijzigd zijn. Er is geen sprake van toenemende concurrentie. De toenemende vergrijzing heeft er alleen maar aan toegedragen dat de vraag naar thermen in combinatie met beauty centra's is gestegen. Er is door de economische crisis wel een prijsverval ontstaan, echter in het business model kan dit opgevangen worden door meer gebruik te maken van opleidingstrajecten om daar de personeelskosten beter beheersbaar te maken.